

**PERSEPSI KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP  
KUALITI PERKHIDMATAN AR-RAHN: KAJIAN KES  
DI PERMODALAN KELANTAN BERHAD (PKB)**

**SITI ZURAINI MAT SALLEH**

**SARJANA SAINS (PENGURUSAN)  
UNIVERSITI UTARA MALAYSIA  
JUN 2014**

**PERSEPSI KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITI  
PERKHIDMATAN AR-RAHN: KAJIAN KES DI PERMODALAN  
KELANTAN BERHAD (PKB)**

**Oleh:  
SITI ZURAINI MAT SALLEH**

**Kertas Penyelidikan ini diserahkan kepada  
Othman Yeop Abdullah Graduate School of Business  
Universiti Utara Malaysia  
Bagi Memenuhi Pengijazahan  
Sarjana Sains (Pengurusan)**

## PENGAKUAN KERTAS PENYELIDIKAN



Othman Yeop Abdullah  
Graduate School of Business

Universiti Utara Malaysia

### PERAKUAN KERJA KERTAS PROJEK (Certification of Project Paper)

Saya, mengaku bertandatangan, memperakukan bahawa  
(I, the undersigned, certified that)

**SITI ZURAINI BT MAT SALLEH (813377)**

Calon untuk Ijazah Sarjana  
(Candidate for the degree of)

**MASTER OF SCIENCE (MANAGEMENT)**

telah mengemukakan kertas projek yang bertajuk  
(has presented his/her project paper of the following title)

**PERSEPSI KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITI PERKHIDMATAN AR-RAHN: KAJIAN  
KES DI PERMODALAN KELANTAN BERHAD (PKB)**

Seperti yang tercatat di muka surat tajuk dan kulit kertas projek  
(as it appears on the title page and front cover of the project paper)

Bahawa kertas projek tersebut boleh diterima dari segi bentuk serta kandungan dan meliputi bidang ilmu dengan memuaskan.

(that the project paper acceptable in the form and content and that a satisfactory knowledge of the field is covered by the project paper).

Nama Penyelia : **PROF. MADYA DR. MUHAMMAD NASRI MD. HUSSAIN**  
(Name of Supervisor)

Tandatangan :  
(Signature)

Tarikh : **12 JUNE 2014**  
(Date)

## **KEBENARAN MERUJUK**

Kertas penyelidikan ini dikemukakan sebagai memenuhi sebahagian daripada syarat pengijazahan program Sarjana Sains (Pengurusan). Saya bersetuju membenarkan pihak perpustakaan Universiti Utara Malaysia menjadikan kertas ini sebagai bahan rujukan. Saya juga bersetuju membenarkan sebarang bentuk salinan sama ada secara keseluruhan atau sebahagian daripada kertas projek ini untuk tujuan akademik dengan mendapatkan kebenaran penyelia kertas projek atau Dekan Othman Yeop Abdullah Graduate School of Business. Adalah di maklumkan bahawa sebarang penyalinan atau penerbitan atau kegunaan kertas projek ini bagi tujuan komersial tidak dibenarkan kecuali setelah mendapat kebenaran secara bertulis. Di samping itu, pernyataan rujukan kepada penyelidik dan Universiti Utara Malaysia perlu dinyatakan dalam penggunaan sebarang bentuk bahan-bahan yang terdapat di dalam kertas projek ini. Sebarang permohonan untuk salinan atau menggunakan mana-mana bahan dalam kertas projek ini, sama ada sepenuhnya atau sebahagiannya, hendaklah dialamatkan kepada:-

**Dekan Othman Yeop Abdullah  
Graduate School of Business  
Universiti Utara Malaysia  
06010 Sintok  
Kedah Darul Aman**

## ABSTRAK

Tujuan kajian ini adalah untuk mengkaji sejauh mana persepsi kepuasan pelanggan terhadap kualiti perkhidmatan yang ditawarkan oleh Ar-Rahn Permodalan Kelantan Berhad (PKB) berdasarkan faktor demografi dan enam dimensi kualiti perkhidmatan iaitu kepatuhan, jaminan, kebolehpercayaan, ketara, empati dan responsif. Responden bagi kajian ini adalah pelanggan Ar-Rahn PKB, Kota Bharu dan sebanyak 160 borang soal selidik telah diedarkan dengan menggunakan teknik pensampelan secara selesa (*convenience sampling*). Manakala reka bentuk kajian ini merupakan kajian kes yang berbentuk tinjauan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Borang soal selidik digunakan sebagai instrumen bagi mendapatkan data kajian. Data yang diperolehi dianalisis dengan menggunakan program *Statistical Package for Social Science (SPSS) version 20*. Analisis yang digunakan dalam kajian ini adalah analisis deskriptif dan analisis inferensi yang terdiri daripada, ujian-t, ujian min, analisis varian sehala (ANOVA), korelasi Pearson dan regresi. Hasil kajian yang diperolehi menunjukkan bahawa pelanggan perempuan lebih berpuas hati menggunakan perkhidmatan skim Ar-Rahn berbanding pelanggan lelaki sebanyak 51.9%. Majoriti pelanggan skim Ar-Rahn terdiri mereka yang berada dalam kumpulan umur 31 hingga 40 tahun iaitu merangkumi 35% daripada keseluruhan populasi. Pelanggan yang telah berkahwin merupakan majoriti pengguna skim Ar-Rahn sebanyak 75%. Kebanyakan pelanggan Ar-Rahn mempunyai tahap pendidikan sekolah menengah sebanyak 56.3% dan usahawan merupakan golongan yang paling ramai menggunakan skim Ar-Rahn sebanyak 35.6%. Pelanggan Ar-Rahn juga terdiri daripada mereka yang berpendapatan kurang daripada RM1000 sebanyak 34.4%. Skor min bagi keseluruhan dimensi kualiti perkhidmatan dan kepuasan adalah tinggi. Hasil ujian korelasi Pearson menunjukkan bahawa kesemua enam dimensi kualiti perkhidmatan mempunyai hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan. Analisis regresi menunjukkan kualiti perkhidmatan menerangkan 55% varian dalam kepuasan pelanggan. Faktor empati adalah faktor yang paling kritikal. Kesimpulannya, pelanggan berpuas hati terhadap kualiti perkhidmatan yang disampaikan oleh pihak Ar-Rahn PKB.

**Kata kunci:** Kualiti Perkhidmatan, Kepuasan Pelanggan, Persepsi Pelanggan, Permodalan Kelantan Berhad, Ar-Rahn

## ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the extent to which perceptions of customer satisfaction with the quality of service offered by the Ar-Rahn Permodalan Kelantan Berhad (PKB) based on demographic and six dimensions of service quality which are compliance, assurance, reliability, tangible, empathy and responsiveness. Respondents for this survey were Ar-Rahn PKB customers, Kota Bharu, and a total of 160 questionnaires were distributed by using convenience sampling technique. The design of this study is a case study survey using a quantitative approach. Questionnaires were used as an instruments for obtaining data. The data were analyzed using the Statistical Package for Social Science (SPSS) program version 20. Analysis used in this study is a descriptive analysis and inferential analysis consisting of a t-test, means test, one-way analysis of variance (ANOVA), Pearson correlation and regression. Results of the study showed that 51.9% of women customers are more satisfied using the Ar-Rahn services rather than male customer. The majority of the Ar-Rahn customers consist of those in the age group 31 to 40 years which includes 35% of the total population. Customers who has married is a majority users of the Ar-Rahn 75%. Most of Ar-Rahn customers had secondary school education level at 56.3% and entrepreneurs were the biggest users of Ar-Rahn at 35.6%. 34.4% of Ar-Rahn customers also consists of those who earn less than RM1000. Mean scores for overall dimensions of service quality and satisfaction is high. Pearson correlation test results showed that all six dimensions of service quality has a significant relationship with customer satisfaction. Regression analysis showed describe the quality of service explain 55% of the variance in customer satisfaction. Empathy factor is a critical factor while the other five dimensions is less tangible factors. In conclusion, the customers are satisfied with the quality of service provided by Ar-Rahn PKB.

**Keywords:** Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Perception, Permodalan Kelantan Berhad, Ar-Rahn

## PENGHARGAAN

*Dengan Nama Allah yang Maha Pemurah lagi Maha Penyayang serta Selawat dan salam ke atas junjungan kita Nabi Muhammad SAW.*

Bersyukur ke hadrat Ilahi kerana dengan izinNya saya telah berjaya menyiapkan kertas penyelidikan ini. Ucapan terima kasih dan penghargaan yang tidak terhingga kepada penyelia iaitu Profesor Madya Dr. Muhammad Nasri Md Hussain yang telah berkorban masa dan tenaga memberi dorongan, bimbingan, tunjuk ajar serta nasihat tanpa mengira masa sehingga terhasilnya kertas penyelidikan ini.

Kertas penyelidikan ini sudah tentu tidak dapat disempurnakan tanpa sokongan padu dan kerjasama daripada ahli keluarga penyelidik sendiri terutamanya Allahyarham ayah saya Mat Salleh Amat dan umi saya Halimah Mat Saleh serta semua ahli keluarga yang lain. Kalian semua menjadi pendorong kepada kejayaan ini dan semoga Allah memberkati segala jasa baik yang kalian berikan.

Ribuan terima kasih juga ditujukan kepada rakan-rakan seperjuangan yang banyak memberi idea dan cadangan untuk penambahbaikan tesis ini. Tidak ketinggalan juga ucapan terima kasih kepada semua Pensyarah yang telah mengajar saya sejak dari awal semester hinggalah tamat pengajian di dalam bidang Sarjana ini iaitu dari tahun 2012 hingga 2014.

Akhir sekali, terima kasih juga diucapkan kepada pihak pengurusan Ar-Rahn Permodalan Kelantan Berhad cawangan Kota Bharu kerana membenarkan saya menjalankan kajian di organisasi mereka serta semua responden yang sudi memberi kerjasama dan maklum balas terhadap borang soal selidik yang berkaitan dengan penyelidikan ini.

## KANDUNGAN

	Halaman
TAJUK	i
PENGAKUAN KERTAS PENYELIDIKAN	ii
KEBENARAN MERUJUK	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
PENGHARGAAN	vi
ISI KANDUNGAN	vii
SENARAI JADUAL	x
SENARAI RAJAH	Xi
SENARAI SINGKATAN	Xii
<b>BAB SATU</b>	1
<b>PENDAHULUAN</b>	1
1.1 Latar Belakang Kajian	1
1.2 Penyataan Masalah	2
1.3 Latar Belakang Sistem Ar-Rahn di Malaysia	8
1.4 Persoalan Kajian	10
1.5 Objektif Kajian	11
1.6 Kepentingan Kajian	11
1.7 Skop dan Batasan Kajian	12
1.8 Organisasi Kertas Penyelidikan	13
1.9 Kesimpulan	15
<b>BAB DUA</b>	16
<b>ULASAN KARYA</b>	16
2.1 Pengenalan	16
2.2 Konsep Skim Ar-Rahn	16
2.3 Dimensi Persepsi	18
2.4 Kepuasan Pelanggan	19
2.4.1 Definisi dan Konsep Kepuasan Pelanggan	19
2.4.2 Kajian Lepas yang Berkaitan dengan Kepuasan Pelanggan	21
2.5 Kualiti Perkhidmatan	22
2.5.1 Definisi dan Konsep Kualiti Perkhidmatan	22
2.5.2 Kajian-Kajian Lepas Mengenai Kualiti Perkhidmatan	26
2.6 Demografi dan Kepuasan Pelanggan	27
2.7 Kualiti Perkhidmatan dan Kepuasan pelanggan	28
2.8 Kesimpulan	28
<b>BAB TIGA</b>	29
<b>METODOLOGI KAJIAN</b>	29
3.1 Pengenalan	29
3.2 Kerangka Teori	29
3.3 Hipotesis Kajian	30
3.3.1 Hipotesis 1	30



3.3.2	Hipotesis 2	31
3.3.3	Hipotesis 3	32
3.4	Reka Bentuk Kajian	32
3.5	Definisi Operasional	33
3.5.1	Kepuasan Pelanggan	33
3.5.2	Kualiti Perkhidmatan	34
3.5.3	Persepsi	36
3.5.4	Skim Ar-Rahn	37
3.6	Instrumen Kajian	38
3.6.1	Bahagian A: Faktor Demografi	39
3.6.2	Bahagian B: Pengukuran kualiti perkhidmatan dalam sistem Ar-Rahn.	40
3.6.3	Bahagian C: Kepuasan Pelanggan	41
3.7	Pengumpulan Data	41
3.7.1	Pensampelan	42
3.7.2	Prosedur Pengumpulan Data	42
3.7.3	Kaedah Analisis Data	43
3.7.4	Analisis Deskriptif	43
3.7.5	Kajian Rintis (Pilot Test) Ujian Kebolehpercayaan	44
3.7.6	Analisis Korelasi Pearson	46
3.7.5	Ujian-t	46
3.7.8	Ujian Regrasi	47
3.8	Kesimpulan	47
<b>BAB EMPAT</b>		48
<b>KEPUTUSAN DAN PERBINCANGAN</b>		48
4.1	Pengenalan	48
4.2	Analisis Normaliti	49
4.3	Demografi Responden	53
4.3.1	Taburan Responden Mengikut Jantina	54
4.3.2	Taburan Responden Mengikut Kumpulan Umur	54
4.3.3	Taburan Responden Mengikut Status Perkahwinan	55
4.3.4	Taburan Responden Mengikut Tahap Pendidikan	56
4.3.5	Taburan Responden Mengikut Sektor Pekerjaan	57
4.3.6	Taburan Responden Mengikut Pendapatan	58
4.4	Kualiti Perkhidmatan	59
4.5	Tahap Kepuasan Pelanggan	60
4.6	Demografi dan Kepuasan Pelanggan	61
4.6.1	Jantina dan Kepuasan Pelanggan	62
4.6.2	Umur dan Kepuasan Pelanggan	62
4.6.3	Status Perkahwinan dan Kepuasan Pelanggan	63
4.6.4	Tahap Pendidikan dan Kepuasan Pelanggan	64
4.6.5	Sektor Pekerjaan dan Kepuasan Pelanggan	65
4.6.6	Pendapatan dan Kepuasan Pelanggan	65
4.7	Hubungan Korelasi di antara Pemboleh ubah	66
4.7.1	Hipotesis 1	66
4.7.2	Hipotesis 2	67
4.7.3	Hipotesis 3	68
4.7.4	Hipotesis 4	68
4.7.5	Hipotesis 5	69

4.7.6	Hipotesis 6	69
4.8	Dimensi kualiti perkhidmatan dan Kepuasan Pelanggan	70
4.8.1	Hipotesis 1	70
4.9	Kesimpulan	72
<b>BAB LIMA</b>		73
<b>KESIMPULAN DAN CADANGAN</b>		73
5.1	Pengenalan	73
5.2	Hubungan Faktor Demografi dengan Kepuasan Pelanggan	73
5.2.1	Hubungan Faktor Jantina dengan Kepuasan Pelanggan	73
5.2.2	Hubungan Faktor Umur dengan Kepuasan Pelanggan	74
5.2.3	Hubungan Faktor Status Perkahwinan dengan Kepuasan Pelanggan	74
5.2.4	Hubungan Faktor Tahap Pendidikan Tertinggi dengan Kepuasan Pelanggan	75
5.2.5	Hubungan Faktor Sektor Pekerjaan dengan Kepuasan Pelanggan	75
5.2.6	Hubungan Faktor Pendapatan dengan Kepuasan Pelanggan	75
5.3	Hubungan antara Pengaruh Dimensi Kualiti Perkhidmatan dengan Kepuasan Pelanggan	76
5.4	Pengaruh Dimensi Kualiti Perkhidmatan dengan Kepuasan Pelanggan	78
5.5	Implikasi	78
5.6	Cadangan	79
5.7	Kesimpulan	80
<b>RUJUKAN</b>		82
<b>LAMPIRAN</b>		88

## SENARAI JADUAL

<b>Jadual</b>	<b>Tajuk</b>	<b>Halaman</b>
Jadual 1.1	Kadar Upah / RM100 Nilai Marhun	10
Jadual 3.1	Bilangan Sub-Soalan Mengikut Dimensi Kualiti Perkhidmatan Dalam Skim Ar-Rahn.	40
Jadual 3.2	Tafsiran Pengukuran Kualiti Perkhidmatan dalam Skim Ar-Rahn	40
Jadual 3.3	Tafsiran Pengukuran Kepuasan Pelanggan dalam Skim Ar-Rahn	41
Jadual 3.4	Nilai Cronbach's Alpha	44
Jadual 3.5	Ujian Kebolehpercayaan Mengikut Kajian Rintis	45
Jadual 3.6	Tafsiran Pekali Korelasi $r$ oleh McBurney (2001)	46
Jadual 4.1	Profil Demografi Responden	53
Jadual 4.2	Taburan Responden Mengikut Jantina	54
Jadual 4.3	Taburan Responden Mengikut Kumpulan Umur	55
Jadual 4.4	Taburan Responden Mengikut Status Perkahwinan	56
Jadual 4.5	Taburan Responden Mengikut Tahap Pengajian	57
Jadual 4.6	Taburan Responden Mengikut Sektor Pekerjaan	58
Jadual 4.7	Taburan Responden Mengikut Pendapatan	59
Jadual 4.8	Analisis Dimensi Kualiti Perkhidmatan	59
Jadual 4.9	Nilai Purata Pembolehubah Tahap Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Item	61
Jadual 4.10	Ujian-t di antara Jantina dan Kepuasan Pelanggan	62
Jadual 4.11	Ujian Analisis Varian Sehala (ANOVA) di antara Umur dan Kepuasan Pelanggan	63
Jadual 4.12	Ujian Analisis Varian Sehala (ANOVA) di antara Status Perkahwinan dan Kepuasan Pelanggan	64
Jadual 4.13	Ujian Analisis Varian Sehala (ANOVA) di antara Tahap Pendidikan dan Kepuasan Pelanggan	64
Jadual 4.14	Ujian Analisis Varian Sehala (ANOVA) di antara Sektor Pekerjaan dan Kepuasan Pelanggan	65
Jadual 4.15	Ujian Analisis Varian Sehala (ANOVA) di antara Pendapatan dan Kepuasan Pelanggan	66
Jadual 4.16	Korelasi antara Dimensi Kepatuhan dan Kepuasan Pelanggan	67
Jadual 4.17	Korelasi antara Dimensi Jaminan dan Kepuasan Pelanggan	68
Jadual 4.18	Korelasi antara Dimensi Kebolehpercayaan dan Kepuasan Pelanggan	68
Jadual 4.19	Korelasi antara Dimensi Ketara dan Kepuasan Pelanggan	69
Jadual 4.20	Korelasi antara Dimensi Empati dengan Kepuasan Pelanggan	69
Jadual 4.21	Korelasi antara Dimensi Responsif dengan Kepuasan Pelanggan	70
Jadual 4.22	Analisis Regresi di antara dimensi Kualiti Perkhidmatan dan Kepuasan Pelanggan.	71

## **SENARAI RAJAH**

<b>Rajah</b>	<b>Tajuk</b>	<b>Halaman</b>
Rajah 2.1	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi	18
Rajah 2.2	Model Kualiti Perkhidmatan	25
Rajah 3.1	Kerangka Kajian	30
Rajah 3.2	Konsep Pelaksanaan Ar-Rahn Permodalan Kelantan Berhad	38
Rajah 4.1	Taburan Normal bagi Dimensi Kepatuhan	49
Rajah 4.2	Taburan Normal bagi Dimensi Jaminan	50
Rajah 4.3	Taburan Normal bagi Dimensi Kebolehpercayaan	50
Rajah 4.4	Taburan Normal bagi Dimensi Ketara	51
Rajah 4.5	Taburan Normal bagi Dimensi Empati	51
Rajah 4.6	Taburan Normal bagi Dimensi Responsif	52
Rajah 4.7	Taburan Normal bagi Kepuasan Pelanggan	52

## SENARAI SINGKATAN

PKB	-	Permodalan Kelantan Berhad
SPSS	-	<i>Statistical Package For Social Science</i>
SERVQUAL	-	<i>Service Quality</i>
YPEIM	-	Yayasan Pembangunan Ekonomi Islam Malaysia
MGIT	-	Muassasah Gadaian Islam Terengganu
PKINK	-	Perbadanan Kemajuan Iktisad Negeri Kelantan
BIMB	-	Bank Islam Malaysia Berhad

# **BAB SATU**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Kajian**

Kepuasan pelanggan adalah satu ukuran bagaimana barangan dan perkhidmatan yang dikeluarkan dan dihasilkan oleh sesebuah institusi yang boleh memenuhi jangkaan keperluan dan kehendak seseorang pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga merupakan satu elemen penting dalam strategi perniagaan pada masa kini. Menurut Zulkifli (2011), kepuasan pelanggan merupakan satu penilaian subjektif yang melibatkan beberapa faktor iaitu psikologi, emosi dan rohani seseorang individual yang akan menghasilkan penilaian terhadap tahap kepuasan berdasarkan pemerhatian, keyakinan, dan keamatan apabila menggunakan sesuatu perkhidmatan.

Perkataan kualiti dan kepuasan pelanggan tidak asing bagi sesebuah institusi terutama yang memberi perkhidmatan kepada pelanggan. Menurut Shemwell, Yavas dan Bilgin (1998), institusi yang menawarkan perkhidmatan menghadapi pelbagai cabaran untuk terus bersaing dalam menyediakan perkhidmatan berkualiti tinggi yang akan membawa kepada kepuasan pelanggan. Oleh itu, kualiti adalah penting dalam institusi yang berteraskan perkhidmatan kerana ia mempunyai hubungan langsung dengan kepuasan pelanggan (Crosby, 1979) seperti yang disebut dalam Zarina (2013).

Di samping itu, kualiti perkhidmatan adalah satu pendekatan untuk menguruskan proses perniagaan bagi memenuhi kepuasan pelanggan yang akan membantu untuk meningkatkan daya saing dan keberkesanan institusi. Pengurusan

The contents of  
the thesis is for  
internal user  
only

## RUJUKAN

- Ar-Rahn Permodalan Kelantan Berhad. (2014). Laman web ini diakses pada 22 Mac 2014, dari <http://arrahn.com.my>
- Caruana, A., Money, A. H., & Berhon, P.R. (2000). Service quality and satisfaction: the moderating role of value. *European Journal of Marketing*, 34(11/12), 1338-1352.
- Caruana, A. (2002). Service loyalty the effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction. *European Journal of Marketing*, 36(7/8), 811-828.
- Chua, Y. P. (2011). *Kaedah Penyelidikan* (2nd ed.). Kuala Lumpur: Mc Graw–Hill Malaysia Sdn Bhd.
- Ganguli, S., & Roy, S. K. (2010). Service quality dimensions of hybrid services. *Managing Service Quality*. 20(5), 404-424.
- Info Korporat Bank Islam (2011). *Bank Islam perluas perkhidmatan Pajak gadai Islam*. Laman web ini diakses pada 22 Mac 2014, dari: <http://www.bankislam.com.my>
- Izairuddin (2013). *Sikap pengguna terhadap kualiti perkhidmatan dalam Jabatan pengangkutan Jalan (JPJ), Negeri Melaka*. Thesis Sarjana yang tidak diterbitkan. Universiti Utara Malaysia (UUM): Sekolah siswazah.
- Keistimewaan sistem Ar-Rahn ARKIB : 05/05/1998. Laman web ini diakses pada 1 Mac 2014, dari: <http://arkibcmk.blogspot.com>
- Kotler, P., Armstrong, G., Ang, S. H., Leong, S. M., Tan, C. T. & Yau, H. M. O. (2009). *Principles of Marketing A Global Perspective*. Singapore: Prentice Hall.



- Kotler, P., Ang, S. H., Leong, S. M., & Tan, C. T. (2013). *Marketing Management: An Asian Perspective*. (6th ed.) Singapore: Prentice Hall.
- Lassar, W., M., Manolis, C., & Winsor, R., D. (2000). Service quality perspectives and satisfaction in private banking. *Journal of Services Marketing*, 14(3), 244-271.
- Levesque, T., & McDougall, G. H. G. (1996). Determinants of Customer satisfaction in retail banking. *International Journal of Bank Marketing*, 14/7, 12-20.
- Lyon, D., B. & Power, T., L. (2002). The impact of gender differences on change in satisfaction over time. *Journal of Consumer Marketing*, 19(1), 12-23.
- Mat Lazim, S. (1995). *Perbezaan Tanggapan Terhadap Kualiti Perkhidmatan Di antara Kakitangan Jabatan Hasil Dalam Negeri dan Pelanggan Di Kawasan Utara*. Thesis Sarjana yang tidak diterbitkan. Universiti Utara Malaysia (UUM): Sekolah siswazah.
- McBurney, D. H. (2001). *Research Method*, (5th ed.). California: Wadsworth.
- Mustafa, D. (2005). *Skim pajak gadai Islam skim (Ar-Rahnu) penjana ekonomi Islam di Malaysia*. Kuala Lumpur: Utusan Publication.
- Naser, K., Jamal, A. & Al-Khatib, K. (1999). Islamic banking: a study of customer satisfaction and preferences in Jordan. *International Journal of Bank Marketing*, 17/3, 135-150.
- Norashikin, I. (2010). *Pemantapan Ekonomi Masyarakat Melalui Skim Al-Rahnu*. Thesis Sarjana yang tidak diterbitkan. Universiti Utara Malaysia (UUM): Sekolah siswazah
- Noraini, A. (2010). *A study of service quality dimensions to customer satisfaction retail store in UniMart*. Thesis Sarjana yang tidak diterbitkan. Universiti Utara Malaysia (UUM): Sekolah siswazah

- Nur Syuhanida, S. (2011). *Service quality and customer satisfaction in Islamic banking*. Thesis Sarjana yang tidak diterbitkan. Universiti Utara Malaysia (UUM): Sekolah siswazah
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of marketing Research*. 17,460-469.
- Othman, A., & Owen, L. (2001). Adopting and measuring customer services quality (SQ) in Islamic bank: a case study in Kuwait Finance House. *International Journal of Islamic Financial Services*,3(1).
- Padmakumar, R., Swapna B. G., & Gantasala, V.P. (2011). Work environment service climate and customer satisfaction: Examining theoretical and empirical connections. *International Journal of Business and Social Science*, 2(20), 121-137.
- Pallant, J. (2005). *SPSS Survival Manual: A step by step guide to data analysis using SPSS*. Australia: Allen dan Unwin.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implication for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 44-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Retailing*, 67(40), 420-450.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). Reassessment of expectation as a comparison standard in measuring service quality: implication for future research. *Journal of Marketing*, 58(1), 111.

- Parasuraman, A. (2002). Service quality and productivity: A synergistic perspective. *Managing Service Quality*, 12(1), 6-9.
- Permodalan Kelantan Berhad. (2012). *Revolusi Pajak Gadai*. Mahir Digi Print.
- Rose, L. W., Fleming, R. S., Fabes, K. J. & Frankl, R. (1999). Gender effects on customer satisfaction with employment services. *Career Development International*, 4(5), 270-276.
- Robbins, S.P., & Judge, T. A. (2013). *Organizational Behavior* (15th ed.). Boston: Pearson.
- Sarah Adele, H. (2000). *Ar-Rahn: faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap skim pajak gadai Islam. Kajian kes: kedai Ar-Rahn Kangar, Perlis*. Thesis Sarjana yang tidak diterbitkan. Universiti Utara Malaysia (UUM): Sekolah siswazah.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2009). *Research Methods for Business. A skill building approach*. (5th ed.) New York: John Wiley & Son, Inc.
- Shamsiah, M., & Safinar, S. (2008), Upah simpan Barang dalam skim Ar-Rahn satu penilaian semula *Jurnal Fiqh*, 5, 48-56.
- Shemwell, D. J., Yavas, U., & Bilgin, Z. (1998), Customer-service provider relationship: an empirical test of a model of service quality, satisfaction and relationship-oriented outcomes. *International Journal of Service Industry Management*, 9(2), 155-168.
- Sureshchandar, G. S., Rajendran, C., & Anantharaman, R. N. (2002), The relationship between service quality and customer satisfaction – a factor specific approach. *Journal of Services Marketing*, 16(4), 363-379.

- Syarifah Md Yusof (2004). *Persepsi pelanggan Islam terhadap perkhidmatan pajak gadai Islam di Ar-Rahnu, Koperasi Pegawai-pegawai Kerajaan Negeri Kedah Darul Aman Berhad*. Thesis Sarjana yang tidak diterbitkan. Universiti Utara Malaysia (UUM): Sekolah siswazah.
- Ueltschy, L. C., Laroche, M., Eggert, A., & Bindl, U. (2007). Service quality and satisfaction: an international comparison of professional services perceptions. *Journal of Services Marketing* 21(6), 410-423.
- Utusan Melayu (M) Bhd (2010). Artikel Penuh: <http://www.utusan.com.my> (11 Mac 2010)
- Wan Noraini (2011). *Kepuasan pelanggan terhadap kualiti perkhidmatan skim Ar-Rahnu di Bank Rakyat, Alor Setar, Kedah*. Thesis Sarjana yang tidak diterbitkan. Universiti Utara Malaysia (UUM): Sekolah siswazah
- Wang, Y., Lo, H. P., & Hui, Y. V. (2003). The antecedents of service quality and product quality and their influences on bank reputation: evidence from the banking industry in China. *Managing service quality*, 13(1), 72-83.
- Yusrizal, A. (2013). *Kualiti hidup dan hubungannya dengan kualiti perkhidmatan serta kepuasan. pelanggan: Satu kajian ke atas peserta program ladang rakyat*. Thesis Sarjana yang tidak diterbitkan. Universiti Utara Malaysia (UUM): Sekolah siswazah.
- Zarina, I. (2013), *Hubungan antara prinsip transformasi perkhidmatan dan kualiti perkhidmatan di sektor awam*. Thesis Sarjana yang tidak diterbitkan. Universiti Utara Malaysia (UUM): Sekolah siswazah
- Zeithaml, V. A., (1988). Consumer perception of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52, 2-22.

Zeti, Akhtar. A., (2001). Seminar Kefahaman Mengenai Konsep dan Aplikasi Sistem Ar-Rahnu.

Zulkifli, O. (2011). *Kepuasan pelajar terhadap kualiti perkhidmatan Jabatan Bendahari Universiti Utara Malaysia*. Thesis Sarjana yang tidak diterbitkan. Universiti Utara Malaysia (UUM): Sekolah siswazah



### SOAL SELIDIK

Assalamualaikum wbt. dan salam sejahtera,

Tuan/Puan yang dihormati,

Terlebih dahulu saya ingin mengucapkan terima kasih di atas kerjasama tuan/puan untuk menjadi responden dan mengambil bahagian di dalam kajian ini.

Penyelidikan ini adalah berkaitan “**Persepsi Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualiti Perkhidmatan Ar-Rahn Permodalan Kelantan Berhad (PKB)**”.

Segala maklumat yang diberikan adalah dirahsiakan, dan akan digunakan bagi tujuan akademik semata-mata dan hasil kajian ini akan dirumuskan di dalam bentuk statistik tanpa menyebut mana-mana individu. Bagi menyiapkan kajian ini, kejujuran dan keikhlasan tuan/puan untuk menjawab soal selidik ini amatlah diperlukan bagi memperoleh hasil yang tepat dalam penyelidikan ini.

Kerjasama tuan/puan amatlah dihargai dan didahulukan dengan ucapan terima kasih.

Yang Benar,

**SITI ZURAINI BINTI MAT SALLEH**

Sarjana Sains (Pengurusan)

Universiti Utara Malaysia

## BAHAGIAN A :LATAR BELAKANG RESPONDEN

**Sila tandakan (/) pada ruang yang menepati maklumat diri anda. Maklumat ini hanyalah untuk kegunaan penyelidikan sahaja.**

1. Jantina

☐

Lelaki

☐

Perempuan

2. Umur

☐

30 tahun ke bawah

☐

31 - 40 tahun

☐

41 - 50 tahun

☐

51 – 60 tahun

☐

61 tahun ke atas

3. Status perkahwinan

☐

Berkahwin

☐

Bujang

☐

Janda/Duda

4. Tahap tertinggi pendidikan sebelum ini.

☐

Sekolah rendah

☐

Sekolah Menengah

☐

Diploma

☐

Ijazah Sarjana Muda

☐

Sarjana dan ke atas

5. Sektor Pekerjaan

☐

Sektor Awam

☐

Sektor Swasta

☐

Usahawan

☐

Pelajar

☐

Suri rumah

☐

Lain-lain

6. Pendapatan

☐

Kurang daripada RM 1000

☐

RM 1001 - RM 1500

☐

RM 1501 – RM 2000

☐

RM 2001 - RM 2500

☐

Lebih daripada RM 2501

## BAHAGIAN B : KUALITI PERKHIDMATAN DALAM AR-RAHN

Nyatakan pandangan anda terhadap pernyataan-pernyataan di bawah berdasarkan skala berikut:

1-Sangat Tidak Setuju	2-Tidak Setuju	3-Tak Pasti	4-Setuju	5-Sangat Setuju
-----------------------	----------------	-------------	----------	-----------------

### DIMENSI KEPATUHAN

1	Perkhidmatan gadaian di Ar-Rahn dikendalikan mengikut prinsip Islam	1	2	3	4	5
2	Perkhidmatan gadaian di Ar-Rahn tidak mengandungi unsur faedah (riba)	1	2	3	4	5
3	Perkhidmatan gadaian di Ar-Rahn tidak mengandungi unsur penipuan	1	2	3	4	5
4	Perkhidmatan gadaian di Ar-Rahn tidak mengandungi unsur penindasan	1	2	3	4	5
5	Pelanggan berpeluang untuk mendapatkan pinjaman tanpa faedah	1	2	3	4	5

### DIMENSI JAMINAN

6	Kakitangan Ar-Rahn boleh dipercayai	1	2	3	4	5
7	Saya berasa selamat apabila berurusan dengan Ar-Rahn	1	2	3	4	5
8	Kakitangan Ar-Rahn sentiasa bersopan santun dan peramah	1	2	3	4	5
9	Kakitangan Ar-Rahn mempunyai ilmu pengetahuan yang cukup untuk menjawab soalan pelanggan	1	2	3	4	5

### DIMENSI KEBOLEHPERCAYAAN

10	Apabila Ar-Rahn berjanji untuk melakukan sesuatu kepada pelanggan Ar-Rahn ini akan menunaikan janji tersebut	1	2	3	4	5
11	Ar-Rahn sentiasa bersimpati dan menunjukkan keikhlasan yang meyakinkan untuk menyelesaikan masalah yang saya hadapi	1	2	3	4	5
12	Ar-Rahn memberi perkhidmatan yang betul pada peringkat awal lagi	1	2	3	4	5
13	Ar-Rahn memberi perkhidmatan pada masa yang dijanjikan	1	2	3	4	5
14	Ar-Rahn menyimpan rekod gadaian dan barang gadaian dengan baik	1	2	3	4	5



### **DIMENSI KETARA**

15	Ar-Rahn mempunyai peralatan yang canggih dan moden seperti komputer dan lain-lain	1	2	3	4	5
16	Ar-Rahn mempunyai hiasan dalaman yang menarik	1	2	3	4	5
17	Ar-Rahn mempunyai kerusi menunggu yang elok	1	2	3	4	5
18	Ar-Rahn mempunyai penghawa dingin yang baik	1	2	3	4	5
19	Kakitangan Ar-Rahn mempamerkan pakaian yang kemas	1	2	3	4	5
20	Ar-Rahn menyediakan bahan bacaan yang memuaskan (seperti pamphlet, buku dsb.)	1	2	3	4	5

### **DIMENSI EMPATI**

21	Ar-Rahn sentiasa memberi perhatian individu kepada anda	1	2	3	4	5
22	Waktu operasi Ar-Rahn adalah sesuai kepada semua pelanggan	1	2	3	4	5
23	Ar-Rahn mempunyai kakitangan yang dapat memberi perhatian kepada anda	1	2	3	4	5
24	Kadar upah simpanan barang gadaian adalah terbaik	1	2	3	4	5
25	Tempoh masa untuk menebus barang gadaian adalah mencukupi	1	2	3	4	5
26	Kakitangan Ar-Rahn sangat memahami keperluan anda	1	2	3	4	5

### **DIMENSI RESPONSIF**

27	Kakitangan Ar-Rahn akan memberitahu bila sesuatu perkhidmatan akan diberikan kepada anda	1	2	3	4	5
28	Kakitangan Ar-Rahn memberikan perkhidmatan yang cepat dan cekap	1	2	3	4	5
29	Kakitangan Ar-Rahn bersedia untuk memberi bantuan kepada anda	1	2	3	4	5
30	Kakitangan Ar-Rahn sentiasa ingin melayan permintaan anda walaupun ketika sibuk	1	2	3	4	5

### BAHAGIAN C : KEPUASAN PELANGGAN

Nyatakan pandangan anda terhadap pernyataan-pernyataan di bawah berdasarkan skala berikut:

	1-Sangat Tidak Setuju	2-Tidak Setuju	3-Tak Pasti	4-Setuju	5-Sangat Setuju
1	Saya sangat berpuas hati dengan produk Ar-Rahn yang disediakan oleh pihak koperasi.				
2	Saya sangat berpuas hati dengan perkhidmatan gadaian yang disediakan oleh Ar-Rahn				
3	Saya sangat berpuas hati ketika berinteraksi dan berurusan dengan kakitangan Ar-Rahn				
4	Secara keseluruhan kualiti perkhidmatan yang disediakan oleh pihak Ar-Rahn adalah cemerlang				
5	Saya akan mencadangkan kepada orang lain supaya memilih perkhidmatan gadaian di Ar-Rahn ini				

**Keputusan Ujian Reliability****Ujian Reliability bagi Dimensi Kepatuhan****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.813	.817	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Perkhidmatan gadaian di ar-Rahn dikendalikan mengikut prinsip Islam.	17.09	4.626	.550	.315	.792
Perkhidmatan gadaian di ar-Rahn tidak mengandungi unsur faedah (riba)	17.29	4.460	.608	.376	.774
Perkhidmatan gadaian di ar-Rahn tidak mengandungi unsur penipuan	17.21	4.680	.631	.473	.769
Perkhidmatan gadaian di ar-Rahn tidak mengandungi unsur penindasan	17.24	4.635	.665	.506	.760
Pelanggan berpeluang untuk mendapatkan pinjaman tanpa faedah	17.27	4.474	.570	.350	.788

**Ujian Reliability bagi Dimensi Jaminan****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.710	.711	4

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kakitangan ar-Rahn boleh dipercayai	12.95	1.935	.483	.252	.657
Saya berasa selamat apabila berurusan dengan ar-Rahn	12.82	2.124	.461	.232	.669
Kakitangan ar-Rahn sentiasa bersopan santun dan peramah	12.96	1.961	.518	.304	.635
Kakitangan ar-Rahn mempunyai ilmu pengetahuan yang cukup untuk menjawab soalan pelanggan	13.00	1.824	.529	.316	.628

Ujian Realibility bagi Dimensi Kebolehpercayaan

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.733	.737	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Apabila ar-Rahn berjanji untuk melakukan sesuatu kepada pelanggan ar-Rahn ini akan menunaikan janji tersebut	17.02	3.302	.570	.366	.655
Ar-Rahn sentiasa bersimpati dan menunjukkan keikhlasan yang meyakinkan untuk menyelesaikan masalah yang saya hadapi	17.04	3.438	.472	.295	.700
Ar-Rahn memberi perkhidmatan yang betul pada peringkat awal lagi	16.91	3.683	.565	.360	.664
Ar-Rahn memberi perkhidmatan pada masa yang dijanjikan	16.82	3.810	.504	.339	.685
Ar-Rahn menyimpan rekod gadaian dan barang gadaian dengan baik	16.86	3.968	.382	.164	.727

### Ujian Realibility bagi Dimensi Ketara

#### **Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.792	.813	6

#### **Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Ar-Rahn mempunyai peralatan yang canggih dan moden seperti computer dan lain-lain	19.57	8.221	.575	.342	.754
Ar-Rahn mempunyai hiasan dalaman yang menarik	19.76	7.805	.621	.451	.742
Ar-Rahn mempunyai kerusi menunggu yang elok	19.69	8.340	.657	.560	.740
Ar-Rahn mempunyai penghawa dingin yang baik	19.65	8.707	.559	.489	.760
Kakitangan ar-Rahn mempamerkan pakaian yang kemas	19.57	9.052	.525	.313	.769
Ar-Rahn menyediakan bahan bacaan yang memuaskan (seperti pamphlet, buku dsb.)	20.28	7.310	.463	.285	.805

### Ujian Realibility bagi Dimensi Empati

#### **Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.816	.821	6

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Ar-Rahn sentiasa memberi perhatian individu kepada anda	20.12	8.621	.550	.384	.794
Waktu operasi ar-Rahn adalah sesuai kepada semua pelanggan	20.21	8.068	.597	.422	.784
Ar-Rahn mempunyai kakitangan yang dapat memberi perhatian kepada anda	20.26	7.880	.674	.487	.768
Kadar upah simpanan barang gadaian adalah terbaik	20.36	7.805	.585	.393	.787
Tempoh masa untuk menebus barang gadaian adalah mencukupi	20.37	7.970	.499	.307	.809
Kakitangan ar-Rahn sangat memahami keperluan anda	20.17	8.221	.601	.374	.783

### Ujian Realibility bagi Dimensi Responsif

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.747	.755	4

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kakitangan ar-Rahn akan memberitahu bila sesuatu perkhidmatan akan diberikan kepada anda	12.73	2.651	.568	.363	.676
Kakitangan ar-Rahn memberikan perkhidmatan yang cepat dan cekap	12.69	2.390	.645	.446	.629
Kakitangan ar-Rahn bersedia untuk memberi bantuan kepada anda	12.68	2.747	.560	.334	.683
Kakitangan ar-Rahn sentiasa ingin melayan permintaan anda walaupun ketika sibuk	12.86	2.614	.424	.182	.765

### Ujian Realibility bagi Kepuasan Pelanggan

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.826	.827	5

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Saya sangat berpuas hati dengan produk ar-Rahn yang disediakan oleh pihak koperasi.	16.70	5.054	.591	.364	.802
Saya sangat berpuas hati dengan perkhidmatan gadaian yang disediakan oleh ar-rahn	16.75	4.503	.612	.395	.795
Saya sangat berpuas hati ketika berinteraksi dan berurusan dengan kakitangan ar-rahn	16.83	4.309	.656	.448	.782
Secara keseluruhan kualiti perkhidmatan yang disediakan oleh pihak ar-Rahn adalah cemerlang	16.90	4.405	.689	.481	.771
Saya akan mencadangkan kepada orang lain supaya memilih perkhidmatan gadaian di ar-Rahn ini	16.60	5.009	.576	.365	.804

### LAMPIRAN 3

#### Keputusan Ujian-t

#### Ujian-t di antara Jantina dan Kepuasan Pelanggan

##### Group Statistics

	Jantina	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Kepuasan Pelanggan	Lelaki	77	4.1636	.57832	.06591
	Perempuan	83	4.2120	.47918	.05260

##### Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
								Lower	Upper	
K e p u a s a n	Equal variances assumed	5.330	.022	-.578	158	.564	-.04841	.08373	-.21379	.11696
	Equal variances not assumed			-.574	147.997	.567	-.04841	.08432	-.21504	.11822



## LAMPIRAN 5

### Keputusan Ujian One Way ANOVA

#### Ujian One Way ANOVA di antara Umur dan Kepuasan Pelanggan

##### Descriptives

Kepuasan Pelanggan

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
30 tahun ke bawah	43	4.1628	.55935	.08530	3.9906	4.3349	2.80	5.00
31 - 40 tahun	56	4.2786	.47279	.06318	4.1520	4.4052	3.40	5.00
41 - 50 tahun	39	4.0564	.55621	.08906	3.8761	4.2367	2.60	5.00
51 - 60 tahun	15	4.3467	.47489	.12262	4.0837	4.6097	3.80	5.00
61 tahun ke atas	7	4.0286	.61567	.23270	3.4592	4.5980	3.20	5.00
Total	160	4.1888	.52808	.04175	4.1063	4.2712	2.60	5.00

##### ANOVA

Kepuasan Pelanggan

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.717	4	.429	1.561	.187
Within Groups	42.622	155	.275		
Total	44.340	159			

#### Ujian One Way ANOVA di antara Status Perkahwinan dan Kepuasan Pelanggan

##### Descriptives

Kepuasan Pelanggan

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Berkahwin	120	4.1833	.54238	.04951	4.0853	4.2814	2.60	5.00
Bujang	26	4.2615	.42622	.08359	4.0894	4.4337	3.40	5.00
Janda/Duda	14	4.1000	.59096	.15794	3.7588	4.4412	3.20	5.00
Total	160	4.1888	.52808	.04175	4.1063	4.2712	2.60	5.00

##### ANOVA

Kepuasan Pelanggan

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.252	2	.126	.448	.640
Within Groups	44.088	157	.281		
Total	44.340	159			

## Ujian One Way ANOVA di antara Tahap Pendidikan dan Kepuasan Pelanggan

### Descriptives

Kepuasan Pelanggan

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Sekolah Rendah	27	3.9556	.54725	.10532	3.7391	4.1720	2.80	5.00
Sekolah Menengah	90	4.2711	.48650	.05128	4.1692	4.3730	3.20	5.00
Diploma	22	4.0727	.56752	.12100	3.8211	4.3244	2.60	5.00
Ijazah Sarjana Muda	19	4.2211	.57308	.13147	3.9448	4.4973	3.20	5.00
Sarjana ke atas	2	4.6000	.28284	.20000	2.0588	7.1412	4.40	4.80
Total	160	4.1888	.52808	.04175	4.1063	4.2712	2.60	5.00

### ANOVA

Kepuasan Pelanggan

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.733	4	.683	2.545	.042
Within Groups	41.607	155	.268		
Total	44.340	159			

## Ujian One Way ANOVA di antara Sektor Pekerjaan dan Kepuasan Pelanggan

### Descriptives

Kepuasan Pelanggan

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Sektor Awam	34	4.2294	.51671	.08861	4.0491	4.4097	3.20	5.00
Sektor Swasta	37	4.2216	.48024	.07895	4.0615	4.3817	3.40	5.00
Usahawan	57	4.0737	.56900	.07537	3.9227	4.2247	2.60	5.00
Pelajar	4	4.2000	.63246	.31623	3.1936	5.2064	3.40	4.80
Suri rumah	20	4.2300	.46464	.10390	4.0125	4.4475	3.20	5.00
Lain-lain	8	4.5750	.49497	.17500	4.1612	4.9888	4.00	5.00
Total	160	4.1888	.52808	.04175	4.1063	4.2712	2.60	5.00

### ANOVA

Kepuasan Pelanggan

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.079	5	.416	1.515	.188
Within Groups	42.261	154	.274		
Total	44.340	159			

## Ujian One Way ANOVA di antara Pendapatan dan Kepuasan Pelanggan

### Descriptives

Kepuasan Pelanggan

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Kurang daripada RM1000	55	4.2218	.46931	.06328	4.0949	4.3487	3.20	5.00
RM1001 - RM1500	40	4.3550	.38561	.06097	4.2317	4.4783	3.40	5.00
RM1501 - RM2000	36	3.9667	.58064	.09677	3.7702	4.1631	3.20	5.00
RM2001 - RM2500	11	3.9455	.66987	.20197	3.4954	4.3955	2.60	5.00
Lebih daripada RM2501	18	4.3111	.61824	.14572	4.0037	4.6186	2.80	5.00
Total	160	4.1888	.52808	.04175	4.1063	4.2712	2.60	5.00

### ANOVA

Kepuasan Pelanggan

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3.862	4	.965	3.697	.007
Within Groups	40.478	155	.261		
Total	44.340	159			

**Keputusan Ujian Korelasi****Ujian Korelasi di antara Dimensi Kepatuhan dan Kepuasan Pelanggan**

<b>Correlations</b>		Kepuasan Pelanggan	Kepatuhan
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	1	.473**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	160	160
Kepatuhan	Pearson Correlation	.473**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	160	160

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Ujian Korelasi di antara Dimensi Jaminan dan Kepuasan Pelanggan**

<b>Correlations</b>		Kepuasan Pelanggan	Jaminan
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	1	.456**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	160	160
Jaminan	Pearson Correlation	.456**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	160	160

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Ujian Korelasi di antara Dimensi Kebolehppercayaan dan Kepuasan Pelanggan**

<b>Correlations</b>		Kepuasan Pelanggan	Kebolehppercayaan
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	1	.442**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	160	160
Kebolehppercayaan	Pearson Correlation	.442**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	160	160

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Ujian Korelasi di antara Dimensi Ketara dan Kepuasan Pelanggan

Correlations		Kepuasan Pelanggan	Ketara
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	1	.357**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	160	160
Ketara	Pearson Correlation	.357**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	160	160

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Ujian Korelasi di antara Dimensi Empati dan Kepuasan Pelanggan

Correlations		Kepuasan Pelanggan	Empati
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	1	.718**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	160	160
Empati	Pearson Correlation	.718**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	160	160

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Ujian Korelasi di antara Dimensi Responsif dan Kepuasan Pelanggan

Correlations		Kepuasan Pelanggan	Responsif
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	1	.422**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	160	160
Responsif	Pearson Correlation	.422**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	160	160

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Keputusan Ujian Regresi

Ujian Regresi di antara Dimensi Kualiti Perkhidmatan dan Kepuasan Pelanggan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.753 <sup>a</sup>	.567	.550	.35417

a. Predictors: (Constant), Responsif, Kepatuhan, Ketara, Jaminan, Empati, Kebolehppercayaan

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	25.148	6	4.191	33.414	.000 <sup>b</sup>
Residual	19.192	153	.125		
Total	44.340	159			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Responsif, Kepatuhan, Ketara, Jaminan, Empati, Kebolehppercayaan

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.629	.344		1.829	.069
	Kepatuhan	.212	.062	.210	3.432	.001
	Jaminan	.094	.093	.079	1.007	.315
	Kebolehppercayaan	-.002	.092	-.002	-.026	.980
	Ketara	.012	.059	.013	.211	.833
	Empati	.584	.075	.618	7.786	.000
	Responsif	-.038	.074	-.037	-.513	.609

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan